

Inicio | Archivo | Periodismo

## La “sustentabilidad económica” es el principal desafío del periodismo regional, que tiene también debilidades de pluralidad

“Los medios no pueden ignorar lo que sucede en las redes sociales, pero tampoco pueden transformarse en meras correas transmisoras”, dice la periodista chilena Francisca Skoknic



Francisca Skoknic. Foto: Nicolás Garrido / Búsqueda

11 minutos | Comentar  
Nº 2177 - 9 al 15 de Junio de 2022

### entrevista de Santiago Sánchez

Con una vasta y premiada carrera en su país, la periodista chilena Francisca Skoknic actualmente dirige la plataforma periodística LaBot, un proyecto del que es cofundadora. Comenzó como un chatbot periodístico que distribuía contenido a través de aplicaciones de mensajería y se fue complejizando. Hasta llegó a incorporar un boletín semanal sobre la nueva Constitución que sus compatriotas en breve decidirán en un plebiscito. Antes de LaBot, fue directora de la Escuela de Periodismo de la Universidad Diego Portales, subdirectora del Centro de Investigación Periodística (Ciper), y periodista en la revista Qué Pasa y El Mercurio.

Skoknic es una de las docentes de un seminario internacional de periodismo de investigación que organiza la Universidad ORT. Según su visión, la “sostenibilidad económica” es uno de los principales desafíos que enfrentan los medios en la región. El panorama es incierto en el mediano plazo. Aunque empiezan a despuntar distintos modelos, ninguno ofrece a los periodistas un escenario de tranquilidad.

“Estamos en momentos en que se está buscando esa fórmula. Esto es preocupante porque tener medios fuertes es necesario para tener democracias fuertes”, dice.

La credibilidad es otro valor en crisis. En este caso, sin embargo, observa una tendencia positiva. Después de un período de desconfianza, asegura que la pandemia volvió a volcar a parte de la ciudadanía a buscar información confiable en el periodismo profesional y dice que es hora de aprovechar el impulso.

La pluralidad en la oferta, agrega como tercer elemento, sigue siendo un debe.

Lo que sigue es un resumen de la entrevista que Skoknic concedió a Búsqueda.

—En los últimos tiempos se dieron cambios muy grandes en la comunicación, con nuevos elementos como las redes sociales que sustituyen la intermediación del periodista. ¿Qué desafíos supone esto?

—Las redes sociales tienen muchas cosas buenas, y para el periodismo sí son un desafío. No porque sean competencia sino que son canales donde se difunde información que no ha sido profesionalmente verificada. Entonces los medios de alguna forma tienen que contrarrestar la desinformación que se difunde en redes. Por otro lado, es una forma de llegar a los ciudadanos de manera más rápida y más directa. Hoy en día el periodismo es digital, básicamente. Entonces es un arma de doble filo: por un lado la utilizas para llegar a tus audiencias de forma más directa y más rápida, pero por otro son canales donde se difunde la desinformación y uno tiene que estar muy atento a verificar y contrarrestar aquello que se difunde.

—¿Eso debilitó al periodismo?

—No al periodismo, pero sí cambió la percepción que las personas tienen del periodismo. En el caso de las redes, muchas veces las personas sienten que los medios no les están cumpliendo o contando toda la verdad. A veces tienen razón, porque las redes les permiten acceso a una información de primera mano: opiniones y datos de todo tipo que se comunican de forma más directa y rápida que en los medios. Pero a veces son simplemente rumores o campañas de desprestigio, y para el ciudadano común es muy difícil filtrar y determinar cuáles de todos aquellos mensajes que circulan son verdaderos y cuáles son solo verosímiles. Eso de alguna forma afecta la percepción que las personas tienen de los medios, a veces de manera muy injusta, porque dicen que los medios no están contando o están ocultando algo, y eso no siempre es cierto. Además, eso impone un desafío porque es algo que los medios no pueden ignorar, pero tampoco pueden transformarse en meras correas transmisoras de lo que sucede en las redes. En Chile hay medios que publican que existe una polémica por un tuit de un político. Eso le hace mal al periodismo.

—Cuando se habla de medios que omiten información muchas veces se asegura que existe una falta de pluralidad de medios. ¿Cuál es la realidad en la región respecto a ese punto?

—No sé cuál es la situación aquí en Uruguay, pero en América Latina hay una tradición de falta de pluralidad, de grandes cadenas de familiares tradicionalmente ligados a grupos económicos, que tienen miradas más bien de derecha. Creo que esa falta de pluralidad también afecta a la percepción que tiene la ciudadanía de los medios. El periodismo digital ha ayudado a que haya otras voces en los medios pero no es suficiente. Se dice que gracias a Internet esa falta de pluralidad no existe, y que no hay que preocuparse porque hoy en día cualquiera puede tener un medio de comunicación. Al menos en Chile, aunque la lectura de los diarios ha bajado muchísimo y las revistas desaparecieron, los medios tradicionales, tanto periódicos como la televisión y la radio, son los que realmente influyen en el debate público. Entonces tienen una influencia muy superior porque los políticos y la gente, que son los que realmente mueven el debate público, los toman mucho más en cuenta que a cualquier otro medio que esté haciendo un periodismo distinto.

—¿Qué otros desafíos enfrenta el periodismo en la región?

—Las realidades son muy distintas. Tenemos en América Latina algunos países y zonas como México, Centroamérica y algunas partes de Colombia donde el periodismo tiene un enemigo y una fuerza en contra muy potente, y lo que está en peligro es la vida. Los periodistas tienden a ser blanco de organizaciones criminales, mafias, cárteles, maras e incluso organizaciones ligadas a los poderes estatales. Cuando la vida de los periodistas está en peligro, eso está por encima de cualquier adversidad. Que tiene un doble efecto: influye en la vida de las personas y quiere funcionar como un inhibidor, causar miedo para que los periodistas no se atrevan a contar lo que está pasando. Eso no se da en otros países como Uruguay, Argentina y Chile, en donde tenemos desafíos distintos. Ahí el principal desafío es el de la sustentabilidad económica.

—En Uruguay se está dando una mayor tendencia a exponer a periodistas en redes sociales, en algunos casos a través de trolls. ¿Eso también deteriora la libertad de prensa?

—Seguro que sí, y principalmente afecta la percepción y la credibilidad de los periodistas. Esto no es solo un fenómeno latinoamericano. Lo vimos en Estados Unidos con Trump y en general en aquellos países con gobiernos o líderes populistas. Apuntan a los periodistas y a los medios como el enemigo y los meten involuntariamente en el debate político. Eso es lo que los periodistas siempre evitamos. Nosotros contamos la política pero no somos actores políticos. Y en la medida en que autoridades y políticos nos transforman en adversarios, se afecta la credibilidad.

—¿Cómo deben salir los periodistas de esos ataques que los colocan en un lado del espectro político?

—Es difícil, pero creo que no hay que engancharse en la discusión. El camino, y yo creo que es la única arma de los periodistas, es salir con más y mejor periodismo. No hay que caer en el juego de responder la nota como si uno fuera un adversario, porque ahí ya entramos en la política. Hay que mostrar a través de nuestro trabajo y con datos que aquello que estamos diciendo es cierto.

—¿Qué desafíos vivió el periodismo en Chile en este largo proceso que comenzó con el estallido de octubre de 2019 y desemboca en un plebiscito en los próximos meses?

—Fue un proceso particularmente intenso en lo político y también en lo mediático. El proceso constituyente conlleva un volumen enorme de información y novedades diarias y son informaciones complejas y con un alto contenido político e ideológico. Para los medios es difícil de cubrir. Han surgido nuevos medios, pequeños y especializados en la cobertura de la convención. Y los medios grandes han destinado bastantes recursos periodísticos para cubrirla. Pero se ha producido esto que hablamos del pluralismo. Existe la percepción de que hay una cobertura sobrerrepresentada de aquellos sectores más conservadores y resistentes al cambio, en los programas de televisión, en las entrevistas que se hacen, y en algunos de los medios más influyentes. La gente tiene esa percepción. Por otro lado, hay campañas temáticas en redes sociales para desinformar y este es un tema muy complejo. Te dicen que tal artículo significa tal cosa y eso genera miedo entre las personas. Y la verdad es que muchas veces eso no es cierto, pero efectivamente el texto constitucional es por naturaleza interpretable, entonces es difícil explicar a la gente los alcances de cada artículo. Ha sido supercomplejo. El proceso termina en un mes y luego se viene un período de dos meses de campaña antes del plebiscito. En esos dos meses que no vamos a tener las noticias saliendo del día a día del avance del trabajo constitucional, ojalá que los medios aprovechen para explicarles bien a las personas en qué consiste el texto constitucional, porque en lo político lo que va a pasar es que va a haber un fuerte enfrentamiento entre el “apruebo” y el “rechazo”, va a haber muchas campañas del terror. El desafío de los medios debería ser mantener cierta distancia de aquello. Lo único importante en este proceso es que cuando la gente vaya a votar tenga la información necesaria y jamás habíamos estado ante un evento en el que pudiéramos demostrarlo o ejercerlo tan claramente.

—Chile siempre dio la imagen de practicar políticas de Estado y de cierto diálogo entre los bloques. ¿El plebiscito pone en riesgo eso?

—Entramos hace un par de años a una dinámica distinta de lo que tradicionalmente se vio en Chile. Hay una fractura. No sé si podemos hablar de una grieta tan grande como la que se ha dado en Argentina pero sí hay una fractura. Había esperanza de que este proyecto constituyente de alguna forma ayudara a que esa fractura tendiera a cerrarse. No ha sido así. Sea cual sea la opción que gane, no va a ser una solución en la que volvamos al statu quo anterior. También lo de antes era un poco falso. Lo que estalló en octubre 2019 fue algo un poco contenido de esa apariencia de tranquilidad y de hermandad. Arrastramos al menos de la dictadura un quiebre importante.

—¿Cómo afectó la pandemia al periodismo en la región?

—No conozco la realidad de todos los países, pero sí hay una tendencia interesante en el primer año, si tenemos como parámetro el informe publicado por el Instituto Reuters, que es el único que muestra que mide anualmente la confianza en las noticias. Lo que en líneas generales constaba ese informe era una fuerte caída de la confianza en los medios tradicionales y un aumento de confianza en las redes sociales. En el caso de Chile, esas dos fuerzas alcanzaron un grado particularmente preocupante después del estallido social, en la medición de 2020, cuando las redes sociales tuvieron mayor credibilidad que las noticias, en promedio. Eso significó un golpe durísimo para los medios de comunicación, y también para la verdad, en el sentido de la verdad profesionalmente. En 2021 esa tendencia se revirtió un poco en general, en Chile y entiendo que en casi todos los países. En parte porque debido a la pandemia las personas sintieron que necesitaban información actualizada y verificada. Se volvió una cosa de supervivencia: entender la pandemia, conocer las medidas de restricción del gobierno, ver lo que estaba pasando en otros países. Hubo una tendencia de mayor consumo de medios tradicionales, también digitales, y del periodismo, y un aumento en la credibilidad o la confianza de esos medios. El desafío ahora es aprovechar la tendencia. También creo que aprendimos algunas lecciones. Nos acostumbramos a trabajar con más datos, y eso es bueno. En Latinoamérica el periodismo de datos estaba un poco atrasado.

—¿Cómo se puede revertir la realidad que vive el periodismo en la región, con bajos salarios y dificultades en la sustentabilidad de los medios?

—Nadie ha encontrado la solución única, pero está claro que el antiguo modelo del periodismo financiado por publicidad ya no funciona. Lo que está emergiendo ahora son distintos modelos para distintos medios, algunos financiados por donaciones y eso está claro. Sin duda no se ve en el corto plazo un escenario donde los periodistas van a tener un escenario más tranquilo y más estable. Todavía estamos en momentos en que se está buscando esa fórmula. Esto es preocupante porque tener medios fuertes es necesario para tener democracias fuertes.

Temas **Francisca Skoknic** **Periodismo** **redes sociales**

Comentarios: 0

Debes identificarte para poder comentar

[Iniciar sesión](#)

MAS NOTAS



Escarceos entre el oficialismo y el Frente Amplio auguran un duro debate por la Rendición de Cuentas



Suiza recibió pedido de información tributaria sobre vice de Ancap



Salud Pública busca presupuestar a través de la Rendición de Cuentas personal que entró por Comisión de Apoyo, sin concurso



La política energética no tiene “rumbo” y el gobierno “no sabe cómo” bajar las tarifas para cumplir promesa electoral



El Poder Ejecutivo quiere habilitar a la Ursec a bloquear transmisiones deportivas online piratas, como Rojadirecta



Se retomaron cirugías de reasignación de sexo, una intervención “relegada” por el Covid y las “urgencias” médicas



La virtualidad, la oferta en el interior y una “mejor coordinación” con ANEP explican crecimiento de Udelar, que sumó 19.500 estudiantes



Profesionales calificados se van de Antel al sector privado en busca de más remuneración y “reconocimiento”, según el gremio